

Internacjonalizacja przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Internacjonalizacja przedsiębiorstw we współczesnej gospodarce
Kod przedmiotu	14.6-WZ-EkoPD-IPWG
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Ekonomia
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2021/2022

Informacje o przedmiocie	
Semestr	3
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Występuje w specjalnościach	Ekonomia przedsiębiorstwa
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	- dr hab. inż. Anetta Barska, prof. UZ - dr Joanna Wyrwa

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę
Ćwiczenia	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Zapoznanie studenta z procesem internacjonalizacji przedsiębiorstw poprzez przedstawienie podstawowych pojęć, definicji i teoretycznych zagadnień. Zapoznanie studentów z czynnikami warunkującymi działanie przedsiębiorstwa na globalnym rynku. Zidentyfikowanie czynników wpływających na formę internacjonalizacji. Stworzenie podstaw do wykorzystania wiedzy teoretycznej i prowadzenia analizy przedsiębiorstw na wybranych przykładach. Zbudowanie podstaw do krytycznej oceny działalności i konkurencyjności przedsiębiorstwa w wymiarze międzynarodowych. Poprzez zadania grupowe, rozwijanie kompetencji pracy w zespole. Stworzenie warunków do rozwoju komunikacji w grupie.

Wymagania wstępne

Brak

Zakres tematyczny

Treści wykładów: Istota internacjonalizacji. Przyczyny umiędzynarodowienia. Internacjonalizacji a globalizacja. Otoczenia przedsiębiorstwa działającego na rynku światowym i metody jego analizy. Konkurencyjność międzynarodowa. Teorie internacjonalizacji: model sekwencyjny, internacjonalizacja niekonwencjonalna, podejście sieciowe, inne koncepcje internacjonalizacji. Endo- i egzogeniczne motywy internacjonalizacji (model Portera; model Yipa). Polityka marketingowa w warunkach internacjonalizacji.

Treści ćwiczeń: Motywy internacjonalizacji przedsiębiorstw. Formy internacjonalizacji przedsiębiorstw. Strategie internacjonalizacji. Bariery internacjonalizacji. Ryzyko internacjonalizacji przedsiębiorstwa. Pomiar poziomu internacjonalizacji – aspekty metodyczne. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne. Korporacje transnarodowe.

Metody kształcenia

Wykład: prezentacje multimedialne, dyskusja.

Ćwiczenia: studia przypadków, krytyczna analiza, dyskusja i praca w grupach, burza mózgów, klasyczna metoda problemowa, studia literatury, praca z tekstem, praca z książką.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Ma pogłębioną wiedzę na temat zasady funkcjonowania i sposobów działania jednostek, instytucji, podmiotów gospodarczych w wymiarze międzynarodowym oraz praw i reguł nimi rządzących oraz dokonuje oceny ich zarządzania w aspekcie ekonomicznym, prawnym i społecznym.	K_W07	- aktywność w trakcie zajęć - zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	- Wykład - Ćwiczenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Ma pogłębioną wiedzę dotyczącą oceny zjawisk internacjonalizacji podmiotów gospodarczych w perspektywie krajowej i międzynarodowej, a także międzykulturowej oraz w odniesieniu do relacji występujących między nimi, Ma pogłębioną wiedzę dotyczącą determinant internacjonalizacji, o czynnikach i metodach wpływających na dokonanie wyboru formy internacjonalizacji oraz o procesach dotyczących strategii wejścia na rynki zagraniczne.	• K_W10	• aktywność w trakcie zajęć • zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	• Wykład • Ćwiczenia
Potrafi pozyskiwać, analizować, interpretować i porównywać informacje pochodzące z różnych źródeł zarówno w języku polskim, jak i obcym, w tym tekstów specjalistycznych z internacjonalizacji przedsiębiorstw i wykorzystać je do przygotowania prac ustnych i pisemnych. Posiada zdolność swobodnego wyrażenia opinii i poglądów na temat zjawisk społeczno-ekonomicznych w języku polskim i obcym i przygotowania prezentacji multimedialnej.	• K_U09	• aktywność w trakcie zajęć • praca pisemna	• Ćwiczenia
Posiada pogłębioną umiejętność przygotowania i przedstawienia w formie pisemnej i ustnej wystąpień w języku polskim i obcym dotyczących zagadnień internacjonalizacji w oparciu o rozszerzone ujęcia teoretyczne z ekonomii i zarządzania oraz w obszarze dziedzin pokrewnych.	• K_U11	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • rozwiązanie studium przypadku	• Ćwiczenia
Jest świadomy procesów zachodzących we współczesnej gospodarce, dostrzegając związki między procesami gospodarczymi i sytuacją społeczno-ekonomiczną.	• K_K08	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	• Ćwiczenia
Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, jest otwarty na współpracę i budowę relacji, aktywnie uczestnicząc w grupach, organizacjach i instytucjach, potrafi komunikować się z jednostką i grupą społeczną.	• K_K02	• obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Na ocenę z przedmiotu składa się ocena z wykładów (50%) i ćwiczeń (50%). Ocena końcowa ustalana jest jako średnia arytmetyczna ocen za studium przypadku i zaliczenia w postaci testu. Warunkiem zaliczenia przedmiotu są pozytywne oceny z ćwiczeń i wykładu.

Wykład: zaliczenie na ocenę. Zaliczenie wykładu odbędzie się w formie testu wyboru oraz uzupełnień. Zaliczenie oceniane będzie w następujący sposób: 91%-100% bardzo dobry, 81%-90% dobry plus, 71%-80% dobry, 61%-70% dostateczny plus, 51%-60% dostateczny, poniżej 51% niedostateczny.

Ćwiczenia: zaliczenie na ocenę. Zaliczenie ćwiczeń z przedmiotu przyjmuje formę studium przypadku oraz zadań do samodzielnego rozwiązania. Studium przypadku jest przygotowywane przez studentów w grupach 2-3 osobowych i przedstawiane podczas zajęć. Studium przypadku opracowane jest na podstawie ogólnodostępnych informacji na temat internacjonalizacji wybranego polskiego przedsiębiorstwa. Ponadto oceniana będzie również aktywność i udział w dyskusjach.

Literatura podstawowa

1. Wach K. (red.), *Internacjonalizacja przedsiębiorstw w perspektywie przedsiębiorczości międzynarodowej*, PWN, Warszawa 2018.
2. Komor M., *Internacjonalizacja przedsiębiorstw na rynku Unii Europejskiej - ujęcie marketingowe*, Wydawnictwo C.H.BECK, Warszawa 2017.
3. Skawińska E., Kułyk P., Niewiadomska A., *Międzynarodowe stosunki gospodarcze w XXI wieku. Poszukiwanie równowagi*, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2018.
4. Glinkowska B., Kaczmarek B.W., *Zarządzanie międzynarodowe i internacjonalizacja przedsiębiorstw teoria i praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.
5. Gorynia M., *Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007.
6. Oczkowska, R., *Międzynarodowa ekspansja przedsiębiorstw w warunkach globalizacji*, Difin, Warszawa 2013.
7. Skawińska E., Bartkiewicz P., *Ekonomia międzynarodowa: wybrane problemy*, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2011.
8. Rymarczyk J., *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstwa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004.

Literatura uzupełniająca

1. Skawińska E., Cyron S., Zalewski R. (red.), *Konkurencyjność przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2011.
2. Zielińska-Głębocka A., *Współczesna gospodarka światowa. Przemiany, innowacje, kryzysy, rozwiązania regionalne*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2012.
3. Talar S. , Sporek T. (red.), *Internacjonalizacja i konkurencyjność współczesnych podmiotów gospodarczych*, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice 2011.
4. Gorynia M., Jankowska B., *Klasy a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa*, DIFIN, Warszawa 2008.
5. Szymura-Tyc M., *Internacjonalizacja, innowacyjność i usieciowienie przedsiębiorstw podejście holistyczne*, DIFIN, Warszawa 2015.
6. Kłysik-Uryszek A., *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w gospodarce regionu. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2010.
7. Duliniec E., *Marketing międzynarodowy*, PWE, Warszawa 2004.
8. Fonfara K., Gorynia M., Najlepszy E., Schroeder J., *Strategie przedsiębiorstw w biznesie międzynarodowym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2000.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Joanna Wyrwa (ostatnia modyfikacja: 09-05-2021 13:57)